

KOENIG & BAUER EIGENE PROGNOSEN FÜR 2023 ERFÜLLT

Bei der Vorlage der vorläufigen Zahlen rechnet die Koenig & Bauer AG mit einem Umsatz von 1.326,8 Mio. € und einem Betriebsergebnis (EBIT) von 29,9 Mio. €.



Mittelfristig strebt Koenig & Bauer einen Konzernumsatz von 1,8 Mrd. Euro an.

Trotz des herausfordernden globalwirtschaftlichen Marktumfeldes erreichte der Koenig & Bauer Konzern eigenen Angaben zufolge einen Umsatz am oberen Rand des prognostizierten Umsatzes von rund 1,3 Mrd. €. Im Vorjahr belief sich der Umsatz auf knapp 1,2 Mrd. €. Im Ergebnis verbesserte sich der Umsatz damit um 11,9% gegenüber dem Vorjahr, während das EBIT um 7,9 Mio. € zulegen konnte, was einem Plus von 35,9% entspricht.

Der Auftragseingang zum Jahresende 2023 lag bei etwa 1,29 Mrd. € und damit leicht unter dem historisch hohen Vorjahreswert von 1,33 Mrd. €.

Der Auftragseingang im Segment Special erhöhte sich zum Jahresende um 37,1% auf 538,8 Mio. €. Maßgeblich dafür war eine Bestellung in der Geschäftseinheit Banknote Solutions der Bundesdruckerei der Vereinigten Staaten von Amerika in Washington, D.C. Der Umsatz des Segment lag zum 31. Dezember 2023 bei 413,7 Mio. €.

Im Segment Sheetfed lag der Auftragszugang mit 606,2 Mio. € unterhalb des hohen Vorjahreswertes von 813,5 Mio. €. Dieser war laut Koenig & Bauer durch Pandemie bedingte Nachholeffekte sowie mit einer stärkeren Bevorratung der Kunden infolge der Liefer- und Materialengpässe geprägt. Nach einem starken

Schlussquartal erhöhte sich der Umsatz um 16,0% auf 779,8 Mio. € (Vorjahr: 672,2 Mio. €). Diese Entwicklung spiegelt sich auch beim EBIT wider, das mit 29,8 Mio. € ein Plus von 56,8% verzeichnet.

Das Segment Digital & Webfed verzeichnete nach den Zahlen des Druckmaschinenherstellers mit 179,8 Mio. € einen um 9,9% gestiegenen Auftragseingang. Der Umsatz erhöhte sich im Vorjahresvergleich um 23,2% auf 172,3 Mio. €. Das EBIT war von Anlaufkosten durch die Einführung neuer Produkte im Flexo-, Wellpappe- und Digitaldruck belastet und lag bei -23,9 Mio. € (im Vorjahr: -19,3 Mio. €).

Koenig & Bauer sieht sich auch im Geschäftsjahr 2024 auf stabilem Vorjahresniveau. Mittelfristig wird ein Umsatzniveau im Konzern von rund 1,8 Mrd. € erwartet.

Das Ergebnis für 2024 wird allerdings durch die Ausgaben für die drupa von Ende Mai bis Anfang Juni um 10 Mio. € belastet. 2024 sollen die Segmente Special und Digital & Webfed einen überproportionalen Beitrag zum Umsatz leisten. Dagegen wird im Segment Sheetfed im Vorfeld der drupa eine abwartende Haltung und eine Kaufzurückhaltung erwartet.

BOGRAMA AG Nachfolge frühzeitig regelt

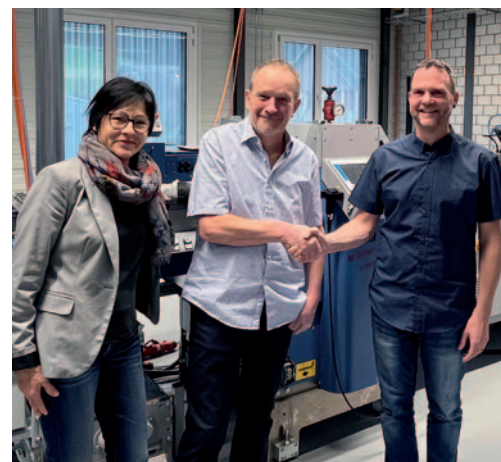
Die Bograma AG, spezialisiert auf die Entwicklung und den Bau rotativer Stanzmaschinen mit Sitz im Schweizer Turbenthal, hat seit 1. Januar 2024 einen neuen Inhaber und Geschäftsführer. IWAN BOCHSLER, Mitgründer und bisheriger Inhaber der Bograma, hat sein Familienunternehmen an seinen langjährigen Stellvertreter STEFAN BÜCHI verkauft. STEFAN BÜCHI, der seit 2003 im Unternehmen tätig ist, wird als Nachfolger für frischen Wind sorgen und zugleich an

Marketing und Kommunikation tätig bleiben.
> www.bograma.ch

BOBST GROUP Rekordumsätze für 2023

Der Auftragsbestand der Bobst Group lag bei Maschinen und Services 2023 zwar niedriger als 2022, dennoch erreichten Betriebs- und Nettoergebnis ein hohes Niveau.

So erzielte Bobst 2023 Umsätze in Höhe von 1.960 Mio. CHF. Das entspricht einem Anstieg um 119 Mio. CHF oder 6,5% im Vergleich zum Jahr 2022. Das Betriebsergebnis (EBIT)



Daniela und Iwan Bochsler mit Stefan Büchi (rechts), dem neuen Inhaber der Bograma AG.

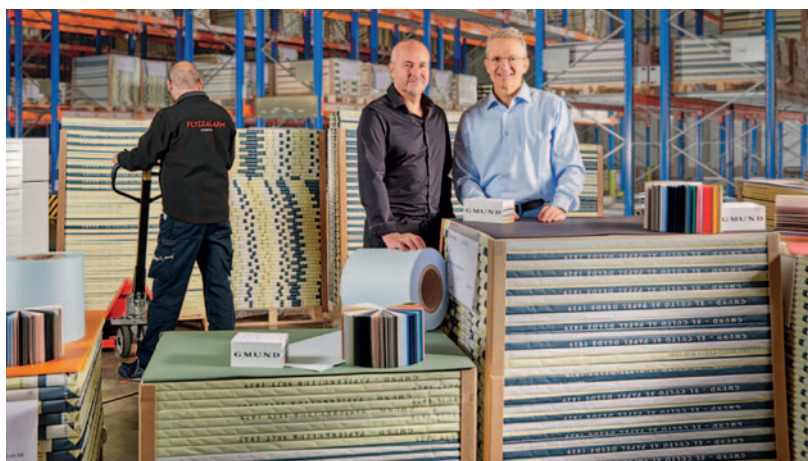
der kontinuierlichen Weiterentwicklung der Bograma-Stanztechnik arbeiten.

IWAN und DANIELA BOCHSLER bleiben Teil des Teams und Mitglieder der Geschäftsleitung. IWAN BOCHSLER setzt in neuer Funktion als Leiter Entwicklung seine Aktivitäten mit großer Motivation fort. DANIELA BOCHSLER wird mit gleichem Elan als Verantwortliche für

betrug 147 Mio. CHF. Für 2024 erwartet die Gruppe auch wieder ein gutes Jahr, wobei sich die bekannten Risiken, die allgemeine Wirtschaftslage in mehreren Märkten und die geopolitischen Spannungen negativ auf die Ergebnisse der Gruppe auswirken könnten.

GMUND UND FLYERALARM NEUER PAPIERSHOP AB SOFORT ONLINE

Der neue Flyeralarm Gmund Papershop bietet Druckereien, Agenturen und allen Kunden der Qualitätspapiere vom Tegernsee neue Möglichkeiten für Einkauf und Einsatz des perfekt passenden Papiers.



Flyeralarm-Gründer Thorsten Fischer und Florian Kohler (rechts) im neuen Gmund-Papershop.

Die zwei inhabergeführten Unternehmen Gmund Papier und Flyeralarm wollen sich von nun an gegenseitig stärken. Gmund, Marktführer in der Entwicklung und Herstellung ökologischer Papiere, hat zusammen mit Flyeralarm, einem der führenden deutschen E-Commerce-Unternehmen für Marketing- und Druckprodukte, ein neues Logistikkonzept entwickelt.

Ab sofort sind die Papiere von Gmund Papier auch über flyeralarm.com/gmund online erhältlich. Dafür wurde in Würzburg ein Logistikzentrum eingerichtet. Für Kunden resultiere daraus ein neues Servicenniveau: kurze Lieferzeiten, hohe Pro-

duktverfügbarkeit und ein hoher Servicegrad im Kundenkontakt. Die Gmund Papiere sind jetzt bei transparenten Preisen, schnell und 24/7 verfügbar.

Die Bündelung der Unternehmensstärken in den Bereichen Qualität und Nachhaltigkeit mit Verfügbarkeit und Service ermögli- che für beide Unternehmen eine Wertsteigerung für ihre Kunden, heißt es bei Gmund. Die Kombination aus dem Fachwissen nachhaltiger Papierherstellung und effizientem, schnellem E-Commerce erlaube den Eintritt in neue Märkte.

> www.flyeralarm.com/gmund

MONDI 2023 in die roten Zahlen gerutscht

Das Jahr 2023 war auch für Mond durchwachsen. So konnte auch der Verpackungs- und Feinpapierhersteller den negativen Auswirkungen auf seine Geschäfte nicht entgehen.

Die Nachfrage ließ im Verpackungsbereich wegen der hohen Lagerbestände in der gesamten Lieferkette nach. Insgesamt wurden weniger Papier und Verpackungen abgesetzt und auch die

Preise sanken. Infolgedessen ist Mond 2023 in die roten Zahlen gerutscht und schloss das Geschäftsjahr 2023 mit einem Nettoverlust von 134 Mio € ab. Mit 7,3 Mrd. € setzte Mond 18% weniger um als im Vorjahr.

Für 2024 zeigt sich Mond jedoch optimistisch. Der Auftragseingang verbessere sich und es würden Preiserhöhungen angekündigt. Für Feinpapiere seien sie bereits durchgesetzt worden, hieß es.

SHORTCUTS

Die Arbeitgeber haben die Forderung der Gewerkschaft ver.di nach 12% mehr Lohn und Gehalt bei einer Laufzeit von zwölf Monaten abgelehnt. Der bvdm stellte klar, dass die Rekordforderung der Gewerkschaft von den Unternehmen nicht finanzierbar ist.



Die Deutsche Post hat 2023 gesamt 12,6 Mrd. Briefe transportiert – 5,6% weniger als 2022. Die Zahl der DHL-Pakete stieg dagegen um 3,8% auf rund 1,7 Mrd. Stück. Das EBIT sank um ein Viertel auf 6,3 Mrd Euro, der Umsatz schrumpfte um 13,4% auf 81,8 Mrd. Euro.



Die Mediengruppe Oberauer übernimmt zum 1. April 2024 die wirtschaftliche Verantwortung für die publizistischen Angebote der turi2 GmbH.



Die Weiss-Packaging GmbH ist neues Mitglied des Fachverband Faltschachtel-Industrie (FFI). Als Teil der seit 1875 bestehenden Weiss-Gruppe, Monschau, bringt das Unternehmen wertvolle Expertise in das Netzwerk des FFI ein.



FERAG

Engineering
Office in Graz

In Graz hat Ferag einen neuen Standort eröffnet – die Ferag Engineering GRZ GmbH. Dabei handelt es sich um ein Büro, an dem das Schweizer Familienunternehmen seine Kompetenzen als System-Integrator und Solution-Designer im Bereich der Intralogistik an einem Ort konzentriert.

»Bei der Vergabe von Projekten werden alle Länder der Region Central Eastern Europe (CEE) mit dem Ferag-Know-how unterstützt«, sagt CHRISTIAN KLÖCKL-GREIMEL, Managing Director des neuen Unternehmens. Zu den Ländern der Region CEE gehören auch Deutschland und Österreich.

MOPO

Tages- wird
Wochenzeitung.

Das Boulevard-Blatt Hamburger Morgenpost wird erstmals am Freitag, dem 12. April, als Wochenzeitung erscheinen. Wie der Verleger ARIST VON HARPE in der Süddeutschen Zeitung ausführte, soll die Wochen-Mopo 4,80 € kosten, doppelt so viel wie die aktuelle Wochenend-Ausgabe.

Ziel seien 30.000 verkaufte Exemplare. Aktuell wird die tägliche Ausgabe 80.000 Mal gekauft. Bei Layout, Produktion und Redaktionssekretariat sollen Stellen gekürzt werden, nicht aber bei den Lokalreportern, so der Verleger.

BDZV

DIE ZUKUNFT DER ZEITUNGEN: DIGITAL?

Nicht euphorisch, aber ohne Krisenstimmung stellen sich die Zeitungsverleger und Digitalpublisher auf die geänderten Marktbedingungen ein. Die Zukunft bringe mehr Digitales und mehr KI-Tools.



70% ihres Umsatzes machen die Zeitungsverleger noch immer mit gedruckten Zeitungen.

Die Einschätzung der Zeitungsverleger und Digitalpublisher belegt nun eine Trendumfrage, die der Branchenverband BDZV Mitte Februar vorgestellt hat.

Zwar wird mit einem weiteren Rückgang der Printauflagen um 7% in diesem Jahr gerechnet, doch zugleich ergibt die Umfrage, bei den E-Paper-Ausgaben ein Plus von 16% und beim Paid-Content von sogar 22%.

Entsprechend blicken mehr als zwei Drittel der befragten Entscheider – darunter vor allem Chefredakteure, Anzeigenleiter und Geschäftsführer – immerhin positiv auf das Jahr 2024. Die mittelfristige Perspektive beurteilen hingegen nur 60% optimistisch.

Auf lange Sicht gehen die BDZV-Mitglieder jedoch von einem sich stark verändernden Markt aus. Während heute noch 70% des Geschäfts mit gedruckten Zeitungen sowie 17% mit E-Papern und 13% mit Plus-Abos gemacht wird, wird für 2030 ein komplett anderes Bild erwartet.

Das Printgeschäft werde dann nach Einschätzung der Entscheider bei den Abonnements nur noch 38% ausmachen, E-Paper und Plus-Abos seien mit 32% beziehungsweise 28% dann fast ebenso wichtig. Daher wollen alle die Abopreise erhöhen, 47% die Erscheinungstage re-

duzieren und 34% den Seitenumfang reduzieren.

Dagegen werde sich der Anteil des Digitalgeschäfts am Gesamtumsatz sich in den nächsten fünf Jahren verdreifachen, geben die Zeitungshäuser in der Trendumfrage an.

Aber auch inhaltlich wird es Veränderungen geben. Die klassischen Ressorts verlieren an Bedeutung, die Redaktionen werden sich stärker an Themen und Zielgruppen orientieren, heißt es in der Trendumfrage. 88% der Befragten glauben, dass eine erhöhte redaktionelle Qualität zu einer stärkeren Leser- und Nutzerbindung beitragen wird, 50% setzen auf personalisierte Inhalte, die (hyper-)lokale Berichterstattung sehen 47% als essenziell.

Der wichtige Hebel zur Effizienzsteigerung ist dabei der Einsatz von KI-Tools und Machine-Learning. Mehr als die Hälfte der Befragten (52%) sieht hier die größten Chancen. Als Hilfsmittel bei der Texterstellung wollen zwei Drittel die neuen Techniken einsetzen. Eine Vollautomatisierung soll es allerdings nicht geben. Mehr als ein Drittel der Verlage und Publisher (35%) will sogar komplett auf KI-Tools verzichten.

P2 MEDIENINVEST

Raff & Cantz Druck insolvent

Der P2 MedienInvest Holding ist es nach eigenen Angaben in den letzten drei Jahren gelungen, aus stagnierenden oder insolventen Firmen wieder leistungsfähige Betriebe in der grafischen Industrie zu machen.

So sei aus der insolventen Wurzel Gruppe der Digitalbereich herausgelöst und unter dem Namen Wurzel Digital (WD) erfolgreich am Markt positioniert worden. Auch die Übernahme der Druckerei Raff wird als Erfolg gewertet.



Dennoch teilte die P2 MedienInvest Holding im Januar 2024 mit, dass die beiden Gesellschafter CHRISTOPHER SOMMER mit Wurzel Digital und PETER DANKESREITER mit Raff & Cantz Druck »künftig getrennte Wege gehen«.



Kurz später wurde bekannt, dass die Raff & Cantz Druck GmbH in Riederich, vertreten durch Geschäftsführer PETER DANKESREITER, beim Amtsgericht Tübingen einen Antrag auf Eröffnung eines Insolvenzverfahrens gestellt hat. Die im Februar 2021 gegründete Raff & Wurzel Druck GmbH entstand aus dem Zusammenschluss der Raff Media Group und Teilen der insolventen Esslinger

Wurzel Mediengruppe, darunter die Dr. Cantz'sche Druckerei. Anfang Mai 2023 wurde der Betrieb von Raff & Wurzel in Raff & Cantz umbenannt und investierte im Sommer in eine Achtfarben-Rapida 106 X mit Lack (wir haben berichtet).

Die kurzfristige Erfolgsgeschichte endete für die vollstufige Druckerei unter der Ägide der P2 MedienInvest nun doch nicht mit einem Happy End.

> www.p2-mih.com

SAXOPRINT

LFP-Produktion übernommen

Saxoprint, eine der größten Onlinedruckereien Europas, hat die Large-Format-Produktion der EAST|print GmbH übernommen und damit die Fertigung von beispielsweise Roll Ups, Fahnen, Planen und Bannern sowie Messestände.

EAST|print wurde 2005 in Dresden gegründet und beschäftigte zuletzt 46 Mitarbeiter, darunter 9 Auszubildende. Sie wurden zusammen mit den Digitaldruck- und Weiterverarbeitungs- maschinen übernommen.

MAIK VOGEL, der bisherige Geschäftsführer der EAST|print GmbH wird zusätzlicher Geschäftsführer für den Bereich Large Format Printing bei Saxoprint.

> www.saxoprint.de